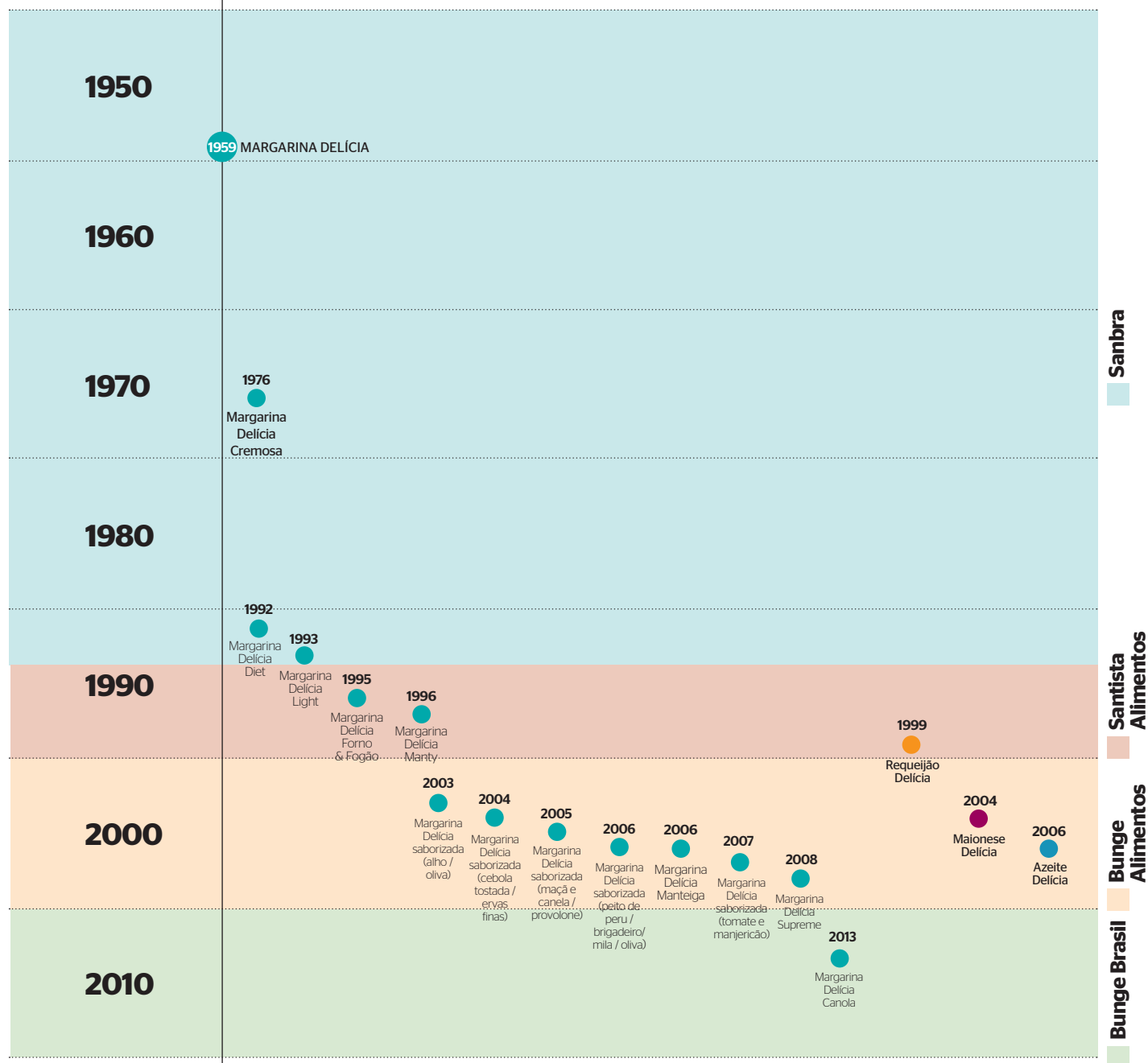
caderno de pesquisa

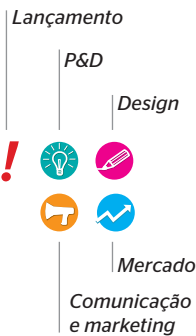
Linha Delícia

Centro de Memória Bunge

Rua Diogo Moreira, 184 – 5º andar
Pinheiros – São Paulo – SP – Cep: 05423-010
E-mail: centro.memoria@bunge.com / Tel.: 11.3914.0846

Linha Delícia

Apresentação

Até 1959, "delícia" era a última palavra que os brasileiros usariam para descrever uma margarina. Introduzida no Brasil nos anos do pós-guerra, a margarina fabricada aqui era feita para resistir ao calor dos trópicos. Sua fórmula tinha alto ponto de fusão, só derretia sob altas temperaturas, o que lhe garantia duas coisas: que suportaria mesmo os dias mais quentes do ano e que seria intragável. "Graxa para carroças", na gíria popular, em referência à consistência e ao sabor do produto. Em 1959, porém, a **Sanbra (Sociedade Algodoeira do Nordeste Brasileiro)*** inverteu a lógica do problema. Produziria uma margarina de textura, aroma e paladar mais delicados, semelhantes aos das europeias – e garantiria o frio. Surgia, assim, a primeira margarina distribuída em caminhões refrigerados do País. Uma revolução na categoria, logo seguida pela concorrência. Era o início de uma das marcas mais tradicionais e lembradas da indústria alimentícia no Brasil e de uma linha diversa e inovadora de produtos que incluiria, ainda, requeijão, maionese e azeite. Produtos que, agora sim, mereciam ser chamados de ***Delícia***.

LEGENDA:

1950 +1960

1959 / LANÇAMENTO DA MARGARINA *DELÍCIA*. Marco na história da alimentação no Brasil, ***Delícia*** surge numa época em que margarinas e produtos similares fabricados no País (pelas indústrias Anderson Clayton e Matarazzo) tinham alto ponto de fusão para resistir ao clima quente – o que, por outro lado, prejudicava textura e sabor, bastante impopulares. Após seis meses de pesquisa, durante o qual um engenheiro da **Sanbra (Sociedade Algodoeira do Nordeste Brasileiro)*** realizou estágios nas melhores e mais modernas fábricas de margarinas e gorduras da Alemanha, Dinamarca, Suécia, Inglaterra e Estados Unidos, a companhia entra nesse mercado, implantando em sua fábrica no bairro do Tatuapé, em São Paulo, os mesmos processos observados pelo engenheiro e produzindo uma margarina com a mesma qualidade, sabor e consistência dos produtos europeus, mais delicados e agradáveis ao paladar. O problema do clima quente foi sanado com uma ideia revolucionária: ***Delícia*** foi a primeira margarina no País a ser distribuída em caminhões com isolamento térmico, refrigerados por blocos de gelo seco (mais tarde, por compressores). E não só: ***Delícia*** era distribuída *somente* em pontos de venda que também tivessem refrigeração e, por meio do controle de datas de fabricação, recolhida após expirado o prazo de validade. Ações pioneiras que obrigaram a concorrência a seguir os mesmos passos e consolidaram a margarina, definitivamente, na dieta do brasileiro.

Margarina; Lançamento; P&D; Mercado;

Linha de produção da margarina Delícia. 1959. Fonte: Atualidades Sanbra – Ano XXV - nº 109 - outubro 1993 – p. 12 | Transporte da margarina Delícia em caminhões refrigerados. Década de 1960. Fonte: Sanbra 70 anos – p. 24.

1964 / MARGARINA *DELÍCIA* EM EMBALAGENS REAPROVEITÁVEIS. Além das tradicionais latas e tabletes, a **Sanbra** lança a margarina ***Delícia*** também em potes plásticos coloridos, que podem ser usados para armazenar outros produtos.

Margarina; Design; P&D;

Embalagens reaproveitáveis da margarina Delícia. 1964. Fonte: Atualidades Sanbra – nº 3 - 1969 – capa.

1967 / INTEGRAÇÃO ENTRE SANBRA E SAMRIG. A **Sanbra** e a **Samrig (Sociedade Anônima Moinhos Rio Grandenses)*** iniciam processo de integração industrial, tecnológica e mercadológica. A marca **Sanbra** predominaria nacionalmente, mas a **Samrig** ainda teria força na Região Sul do País. Ambas as empresas, pertencentes ao **grupo Bunge**, só deixariam de existir efetivamente em 1994.

Mercado;

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

1950+1960

1967 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA "É MAIS DO QUE GOSTOSA!". Campanha explora sabor da margarina ***Delícia***. Estética inspirada na *pop art*, movimento artístico em voga na época, com a utilização de "sonogramas" – representações gráficas de onomatopeias, comuns a gibis e desenhos animados.

- **Produto**: margarina ***Delícia***
- **Slogan**: É mais do que gostosa!
- **Veiculação**: anúncios em revistas e comerciais de TV

Comunicação & Marketing;

Anúncios da margarina Delícia. 1967. Fonte: Família Sanbra – nº 14 – maio/junho 1967 – p. 6.

1969 / PATROCÍNIO SANBRA I SALÃO DA CRIANÇA (SP). Evento em Presidente Prudente (SP) conta com concurso de cartazes, tendo como prêmio 1 ano de produtos **Sanbra**.

- **Produto:** linha de produtos **Sanbra**
- **Concurso:** Cartazes
- **Prêmio:** 1 ano de produtos **Sanbra**

Comunicação & Marketing;

Evento patrocinado pela Sanbra, Presidente Prudente, SP. 1969. Fonte: Atualidades Sanbra – nº 8 – 1969 – p. 17.

1969 / PROMOÇÃO OLÊ, OLÁ. A **Sanbra** inicia promoção conjunta das margarinas ***Delícia*** e ***Primor*** (anteriormente da **Samrig**). Inovadora à época, a promoção distribuía "milhões em prêmios" – incluindo casas pré-fabricadas, carros, motocicletas, máquinas de tricô, jóias – por meio de vales colocados dentro das embalagens das margarinas. "É tudo na base do abriu, olhou, ganhou", afirmava o ator Grande Otelo nos comerciais de TV. Para receber os prêmios, o consumidor deveria dirigir-se ao escritório central da **Sanbra** ou a uma das filiais, com o vale em mãos.

- **Produto:** margarinas ***Delícia*** e ***Primor***
- **Slogan:** Olê, Olá
- **Garoto-propaganda:** Grande Otelo
- **Prêmios:** casas pré-fabricadas, carros, motocicletas, gravadores, máquinas de tricô, jóias, máquinas lavadoras, copas-cozinha, mini-Mustangs, bicicletas, bolas de futebol, bonecas
- **Veiculação:** anúncios de revista e comerciais de TV

Margarina; Comunicação & Marketing;

Anúncio de promoção das margarinas Delícia e Primor. 1969. Fonte: Atualidades Sanbra – nº 11 – setembro/outubro 1969 – contracapa.

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

1970

1972 / MARGARINA *DELÍCIA* EM EMBALAGEM TERMOFORMADA. A técnica de terraformagem tinha acabado de ser introduzida na indústria alimentícia brasileira, pela margarina ***Primor***, em 1969. Em 1972, foi a vez da margarina ***Delícia***. A técnica pioneira permite o acondicionamento do produto sem contato manual, em ambiente absolutamente asséptico. O rótulo, aplicado à quente de forma a aderir firmemente às bordas do pote de plástico, é de fácil remoção – mas uma vez retirado não cola mais, garantindo a certeza de inviolabilidade do produto. Já nos primeiros dias após o lançamento da margarina ***Delícia*** em nova embalagem, sua venda supera a de todas as outras.

Margarina; P&D; Design; Mercado;

Embalagem termoformada da margarina Delícia. 1972. Fonte: Atualidades Sanbra – nº 3 – 1969 – capa.

1973 / NOVA LOGOMARCA *DELÍCIA*. Com grafia estilizada, ainda em letras brancas dentro de uma elipse vermelha, a nova logomarca estampa os quatro tipos de embalagem da margarina ***Delícia***: lata, tablete, pote e termoformada.

Margarina; Design; Comunicação & Marketing;

Anúncio e lata de margarina Delícia. 1973. Fonte: Imagens: Centro Memória\Imagens CMB\AA – Produtos Bunge\Anúncios Bunge Alimentos\Margarina Delicia\Década de 1970

1976 / LANÇAMENTO DA MARGARINA *DELÍCIA CREMOSA*. A versão "cremosa" da margarina ***Delícia*** é lançada com boa aceitação pelo consumidor, que a coloca em posição de destaque no mercado. O nome ***Delícia Cremosa*** seria adotado, daí em diante, para designar a versão convencional da margarina da linha ***Delícia***. A campanha publicitária explora a cremosidade – "chegou, chegou a nova *Delícia Cremooosa*...", enfatiza o locutor – e o conceito de família, focando no depoimento de uma família que experimentou e aprovou o novo produto.

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

1970

- **Produto:** margarina ***Delícia Cremosa***
- **Slogan:** A novidade que a família esperava
- **Veiculação:** anúncios em revistas, comerciais de TV e outdoors

Margarina; Lançamento; P&D; Comunicação & Marketing; Mercado, Design;

Embalagem da margarina Delícia Cremosa. 1976. Fonte: Sanbra 70 anos – p. 35.

1978 / PROMOÇÃO FESTA DO ARRAIAL PLAYCENTER (SP). Tampas das embalagens de margarina ***Delícia Cremosa*** ganham rótulo especial para a ação e valem descontos de até 50% nos ingressos do Playcenter em São Paulo (SP).

- **Produto:** margarina ***Delícia Cremosa***
- **Slogan:** ***Delícia Cremosa*** faz a festa
- **Garoto-propaganda:** (Luís Carlos) Miele
- **Prêmio:** desconto de até 50% nos ingressos do Playcenter (São Paulo)
- **Veiculação:** comerciais de TV

Margarina; Comunicação & Marketing;; Design;

Pote promocional da margarina Delícia Cremosa e posto de troca, São Paulo, SP. 1978. Fonte: Acervo Fundo Departamento de Comunicação e Relações Públicas Sanbra.

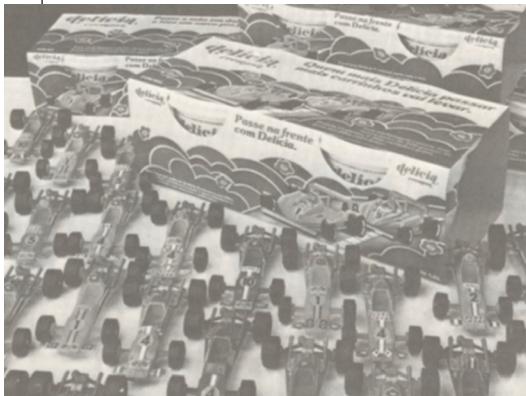
1978 / PROMOÇÃO HANNA-BARBERA. Tampas das embalagens de margarina ***Delícia Cremosa*** são estampadas com personagens do estúdio Hanna-Barbera, para colecionar: Capitão Caverna, Tutu-Barão, Elefantástico, Lula Lelé, Formiga Atômica e Rabugento.

- **Produto:** margarina ***Delícia Cremosa***
- **Prêmio:** as próprias embalagens, para colecionar
- **Veiculação:** comerciais de TV

Margarina; Comunicação & Marketing; Design;

Tampas promocionais da margarina Delícia Cremosa. 1978. Fonte: Atualidades Sanbra – nº 63 – 1978 – contracapa.

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

1979 / PROMOÇÃO CARRINHOS DE FÓRMULA 1. Cartuchos especiais foram fabricados para abrigar potes de margarina ***Delícia Cremosa*** e, como brindes para crianças, carrinhos de Fórmula 1. Em cartuchos com dois potes de 250g, vinham um carrinho e uma cartela de adesivos com número e emblema da escuderia para aplicar. Em cartuchos com dois potes de 500g, dois carrinhos e respectivos adesivos. Ao todo, os carrinhos formavam dez escuderias.

- **Produto:** margarina ***Delícia Cremosa***
- **Slogan:** Passe na frente com ***Delícia***
- **Garoto-propaganda:** Paulo Silvino
- **Prêmio:** carrinhos de Fórmula 1 (brindes)
- **Veiculação:** comerciais de TV, anúncios em revistas infantis e cartazes em pontos de venda

Margarina; Comunicação & Marketing; Design;

Cartuchos promocionais da margarina Delícia Cremosa. 1979. Fonte: Sanbrino – Ano 15 – nº 438 – janeiro/fevereiro 1979 – p. 6.

1979 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA "A INCRÍVEL FÁBRICA DE *DELÍCIA*". Campanha com os primeiros comerciais gravados em videotape da televisão brasileira. Atingiu altos índices de memorização entre o público. A campanha utilizava artistas do programa humorístico "Planeta dos Homens", da Rede Globo, numa "linha de produção" de diversos produtos nos quais passar a margarina ***Delícia Cremosa***, como pães, torradas e biscoitos.

- **Produto:** margarina ***Delícia Cremosa***
- **Slogan:** Passe, passe bem, passe sem parar...
- **Garotos-propaganda:** elenco do humorístico "Planeta dos Homens" (Rede Globo)
- **Veiculação:** anúncios em revista e comerciais de TV

Margarina; Comunicação & Marketing;

Anúncio e comercial da margarina Delícia Cremosa. 1979. Fonte: Atualidades Sanbra – nºs 66 e 67 – 1979 – p. 14 e contracapa.

1979 / PROMOÇÃO MCLAREN/FÓRMULA 1. Durante evento de inauguração do Centro de Convenções da Bahia, em Salvador, quatro tampas de embalagens de 250g ou duas tampas de embalagens de 500g davam aos visitantes o direito de tirar uma fotografia dentro de um carro de Fórmula 1.

- **Produto:** margarina ***Delícia Cremosa***
- **Prêmio:** ser fotografado dentro de um carro de Fórmula 1

Margarina; Comunicação & Marketing;

Evento promocional da margarina Delícia Cremosa, Salvador, BA. 1979. Fonte: Acervo Fundo Departamento de Comunicação e Relações Públicas Sanbra.

1980

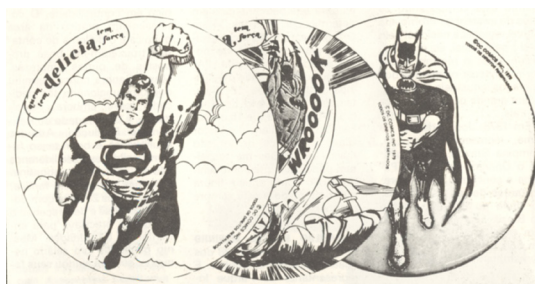
1980 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA "SOBRE TUDO, *DELÍCIA CREMOSA*". Comerciais de TV mostravam depoimentos de profissionais distintos, como carpinteiro, padeiro e dona-de-casa, explicando por que utilizavam ***Delícia Cremosa***.

- **Produto:** margarina ***Delícia Cremosa***
- **Slogan:** Sobre tudo, ***Delícia Cremosa***
- **Veiculação:** comerciais de TV

Margarina; Comunicação & Marketing;

1980 / PROMOÇÃO SUPER-HERÓIS. Com base no sucesso de uma promoção semelhante, de 1978 (Promoção Hanna-Barbera), as tampas das embalagens de margarina ***Delícia Cremosa*** vinham estampadas com super-heróis, para colecionar: Super-Homem, Batman, Mulher Maravilha e Aquaman. Além do apelo ao público infantil, os novos personagens atraíam também os adolescentes.

- **Produto:** margarina ***Delícia Cremosa***
- **Prêmio:** as próprias embalagens, para colecionar
- **Veiculação:** comerciais de TV e peças de pontos de venda, como displays de gôndolas, cartazes, prateleiras e freezers.

Margarina; Comunicação & Marketing; Design;

Embalagens promocionais da margarina Delícia Cremosa. 1980. Fonte: Sanbrino - Ano XVI - nº 445 - maio de 1980 - p. 2.

1981 / PROMOÇÃO SUPER-HERÓIS II (JOGO DOS SUPER-AMIGOS). As tampas das embalagens de ***Delícia Cremosa***, que já vinham estampadas com super-heróis, agora funcionavam como peças de um novo jogo. Para conseguir a cartela-tabuleiro, a criança deveria recortar o selo impresso e trocá-lo nos postos autorizados ou enviá-lo para a caixa postal indicada.

- **Produto:** margarina ***Delícia Cremosa***
- **Prêmio:** embalagens (peças) e cartela (tabuleiro) do Jogo dos Super-Amigos
- **Veiculação:** comerciais de TV e cartazes em pontos de venda.

Margarina; Comunicação & Marketing;

1982 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA COM FERNANDA MONTENEGRO E FERNANDO TORRES. Primeiro comercial da carreira da atriz Fernanda Montenegro, que até então nunca havia aceitado participar de filmes publicitários por não ter afinidade com os produtos e marcas que a convidavam. Segundo a atriz, a decisão de participar do comercial de ***Delícia Cremosa*** foi "tranquila", pois o produto não estava distante de seu dia a dia. Em formato de testemunhal, o comercial explorava o conceito de família, com o casal de atores transmitindo o clima doméstico em que ***Delícia Cremosa*** se inseria.

- **Produto:** margarina ***Delícia Cre***
- **Garotos-propaganda:** Fernanda Montenegro e Fernando Torres
- **Veiculação:** comerciais de TV

Margarina; Comunicação & Marketing;

Comercial de TV da margarina Delícia Cremosa. 1982. Fonte: Atualidades Sanbra - Ano XV - nº 74 - 1982 - capa.

1980

1982 / PATROCÍNIO *DELÍCIA CREMOSA* CORRIDA DE JANGADAS. Na 15ª Dragão do Mar, em Fortaleza (CE), a jangada patrocinada pela margarina ***Delícia Cremosa*** ganha a competição na categoria "Tábua".

• **Produto:** margarina ***Delícia Cremosa***

Margarina; Comunicação & Marketing;

Regata patrocinada pela margarina Delícia Cremosa, Fortaleza, CE. 1982. Fonte: Atualidades Sanbra – Ano XV – nº 76 – 1982 – p. 11.

1984 / RELANÇAMENTO DE *DELÍCIA CREMOSA* COM NOVA EMBALAGEM E CAMPANHA. Após dois anos de pesquisa em várias regiões do País, a margarina ***Delícia Cremosa*** é relançada nacionalmente, com nova formulação, nova embalagem e nova campanha publicitária. A embalagem passa a trazer como ilustração uma casa de campo (que permaneceria, com variações, até 1996), obecendo a estudos que determinaram a preferência do consumidor pelo tema "natureza", por conotar vida saudável e pureza. Dois comerciais de TV – "Discussão de mulheres" e "Discussão de crianças" – exploravam o apelo ao público para que experimentasse a margarina. "Eu já provei", diziam uma mulher e uma menininha às suas respectivas amigas, em ambos os comerciais. "Prove você agora." ***Delícia Cremosa*** era comercializada em potes de 250g e 500g, com e sem sal.

• **Produto:** margarina ***Delícia Cremosa***
• **Slogan:** Deliciosamente cremosa
• **Veiculação:** comerciais de TV

Margarina; P&D; Comunicação & Marketing; Design; Mercado;

Embalagem da margarina Delícia Cremosa. 1984. Fonte: Atualidades Sanbra – Ano XVII – julho 1984 – nº 81 – p. 4.

Comercial de TV da margarina Delícia Cremosa. 1984. Fonte: Acervo Fundo Departamento de Comunicação e Relações Públicas Sanbra.

1985 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA SEM REGISTRO NOS ACERVOS. Foram produzidos quatro comerciais de TV pela agência MPM Propaganda, com os títulos "Ônibus", "Locutor Delícia", "Mulher falando" e "Mulher sozinha". No entanto, o Acervo de Imagem e Som e o Acervo de Documentos Textuais do Centro de Memória Bunge não possuem dados sobre esses comerciais.

Margarina; Comunicação & Marketing;

1988 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA SEM REGISTRO NOS ACERVOS. Foram produzidos três comerciais de TV pela agência MPM Propaganda, com os títulos "Cotidiano", "Prédio" e "Atores". No entanto, o Acervo de Imagem e Som e o Acervo de Documentos Textuais do Centro de Memória Bunge não possuem dados sobre esses comerciais.

Margarina; Comunicação & Marketing;

1990

1990 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA "A VIDA É MAIS GOSTOSA COM *DELÍCIA CREMOSA*". Comercial de TV mostrava o café da manhã de várias famílias, famosas – como a do casal de atores Paulo Goulart e Nicete Bruno – ou não, salientando que, com ***Delícia***, o dia começava com alegria.

- **Produto:** margarina ***Delícia Cremosa***
- **Slogan:** A vida é mais gostosa com ***Delícia Cremosa***
- **Garotos-propaganda:** Paulo Goulart, Nicete Bruno e Beth Goulart
- **Veiculação:** comerciais de TV

Margarina; Comunicação & Marketing; Design;

Comercial de TV e embalagem da margarina Delícia Cremosa. 1990. Fonte: Acervo Fundo Departamento de Comunicação e Relações Públicas Sanbra.

1991 / PROMOÇÃO OH! QUE *DELÍCIA* DE VIDA (1ª E 2ª FASES). Um dos maiores sucessos de marketing na história de ***Delícia Cremosa***, a promoção "Oh! Que ***Delícia*** de Vida" levou a marca a disputar liderança de mercado ao distribuir prêmios de considerável e até então inédito valor para o segmento: previdências privadas vitalícias (1ª fase, maio de 1991) e casas em qualquer parte do território nacional (2ª fase, setembro de 1991). A atriz Regina Duarte, contratada para ambas as fases, aparece no primeiro filme enquanto jovem e com maquiagem de 30 anos mais velha, para reforçar o conceito de "prêmio para a vida inteira" (pensão vitalícia).

- **Produto:** margarina ***Delícia Cremosa***
- **Slogan:** Oh! Que ***Delícia*** de vida!
- **Garota-propaganda:** Regina Duarte
- **Prêmios:** previdência privada vitalícia para 15 sorteados (1ª fase) e uma casa por mês, durante 4 meses, em qualquer lugar do País (2ª fase)
- **Veiculação:** anúncios em revista e jornal, comerciais de TV e spots de rádio

Margarina; Comunicação & Marketing; Mercado; Design;

Comerciais de TV de promoção da margarina Delícia Cremosa. 1991. Fonte: Atualidades Sanbra – Ano XXIII – nº 103 – agosto 1991 – p. 25 | nº 104 – dezembro 1991 – p. 20 e 21.

Embalagem da margarina Delícia Cremosa. 1991. Fonte: Atualidades Sanbra – Ano V – nº 15 – outubro 1993. P. 12. |

1992 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA COMPARATIVA E PROMOÇÃO *SALSARETTI*. Com o slogan "Tem que ser mais que gostosa, tem que ser ***Delícia***", comerciais de TV convidavam o público a comparar a margarina ***Delícia Cremosa*** com suas principais concorrentes à época – Doriana, Claybom, Bonna e Qualy – e divulgavam a promoção casada com o molho de tomate ***Salsaretti***, também da **Sanbra**.

- **Produto:** margarina ***Delícia Cremosa***
- **Slogan:** Tem que ser mais que gostosa, tem que ser ***Delícia***

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

1990

- **Prêmio:** 1 molho de tomate Salsaretti grátis na compra de 2 embalagens de 500g de ***Delícia Cremosa***
- **Veiculação:** comerciais de TV

Margarina; Comunicação & Marketing; Mercado;

Anúncio de promoção da margarina Delícia Cremosa. 1992. Fonte: Acervo Fundo Departamento de Comunicação e Relações Públicas Sanbra.

1992 / LANÇAMENTO DA MARGARINA *DELÍCIA DIET*. Com 50% das calorias e 40% da gordura das margarinas tradicionais (em relação a cremes vegetais, 35% menos calorias), a ***Delícia Diet*** teve vida curta devido a denúncias de que o produto não era realmente dietético. O caso não foi o único. A década de 1990 foi marcada por crescimento significativo do segmento de "saudabilidade" na indústria de alimentos e pela popularização de produtos diet e light, o que levou a um maior controle, por órgãos de Saúde no País, do uso desses termos para fins de comunicação e marketing. Antes de ser retirada do mercado, porém, a margarina ***Delícia Diet*** motivou uma campanha publicitária que, para uma sensibilidade do início do século XXI, apresenta pontos problemáticos também quanto a questões de gênero: "Troque de margarina com 50% menos calorias, antes que seu marido a troque por duas de 25", dizia o comercial. A embalagem da margarina utilizava as cores branco e creme, num design mais "leve" que fazia alusão ao menor teor de calorias do produto.

- **Produto:** margarina ***Delícia Diet***
- **Slogan:** Viver bem é uma opção mais que gostosa
- **Veiculação:** comerciais de TV

Margarina; Lançamento; P&D; Mercado; Comunicação & Marketing; Design;

Embalagem da margarina Delícia Diet. 1992. Fonte: Acervo Fundo Departamento de Comunicação e Relações Públicas Sanbra.

1993 / LANÇAMENTO DA MARGARINA *DELÍCIA LIGHT*. Um ano após descontinuar a produção e comercialização da ***Delícia Diet***, por questões legais – para um produto ser considerado diet, não basta a redução do teor de nutrientes, como açúcares, carboidratos ou gorduras, mas a sua eliminação e/ou substituição –, a **Sanbra** lança a ***Delícia Light***. O novo produto ainda é baseado no anterior, mas com nova formulação, nova campanha e nova embalagem.

Margarina; Lançamento; P&D; Design; Mercado;

Embalagem da margarina Delícia Light. 1993. Fonte: Acervo Fundo Departamento de Comunicação e Relações Públicas Sanbra.

1993 / PROMOÇÃO MAIS QUE GOSTOSA. Numa promoção que elevou de forma significativa as vendas da ***Delícia Cremosa***, as embalagens da margarina receberam uma série especial em que a casa de campo (ícone presente desde 1984) ganhava o primeiro plano da tampa – em referência às casas sorteadas mensalmente, mecânica já utilizada na promoção "Oh! Que ***Delícia*** de Vida", de 1991. Além do sorteio de uma casa por mês (participação mediante envio de cupom), vales-brindes encontrados nas embalagens davam direito a "milhares de prêmios".

- **Produto:** margarina ***Delícia Cremosa***
- **Slogan:** Mais que gostosa
- **Garoto-propaganda:** Diogo Vilela
- **Prêmios:** uma casa por mês, durante 4 meses, e brindes diversos (potes de 500g de ***Delícia Cremosa***, bicicletas, videogames, cafeteiras, minifornos elétricos, radiogravadores)
- **Veiculação:** anúncios em revista e jornal, comerciais de TV

Margarina; Comunicação & Marketing; Design; Mercado;

Tampa de embalagem promocional da margarina Delícia Cremosa. 1993. Fonte: Acervo Fundo Departamento de Comunicação e Relações Públicas Sanbra.

1994 / UNIÃO ENTRE SANBRA E SANTISTA ALIMENTOS. No dia 30 de setembro, o **grupo Bunge**, dono de ambas as empresas, decide uni-las em uma só organização, que mantém a razão social de **Santista Alimentos***. As marcas **Sanbra** e **Samrig** deixam de existir.

Mercado;

1994 / RELANÇAMENTO DE *DELÍCIA CREMOSA* COM NOVA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO. Após pesquisas de mercado em todo o território nacional, ***Delícia Cremosa*** passa por uma reformulação para se adaptar aos hábitos regionais do brasileiro. Nas regiões Sul e Sudeste, a margarina ganha uma nova receita, mais suave. No Norte e Nordeste, permanece a receita antiga. Por meio de uma ação de sampling com a maior cobertura geográfica até então praticada, consumidores recebem potes de 50g de ***Delícia Cremosa*** em suas casas, com um folheto que explica as mudanças. As mesmas pesquisas de mercado indicavam, ainda, que conceitos e imagens tradicionalmente usados na comunicação do segmento começavam a perder apelo para o cidadão comum. Consumidores queixavam-se de comerciais de margarina promoverem uma "vida irreal". Assim, dez anos após ser introduzida, a ilustração da casa de campo "cai" para a lateral das embalagens de ***Delícia Cremosa***, perdendo o espaço nobre da tampa – que ganha uma logomarca com mais destaque e linhas horizontais alusivas ao movimento da faca sobre a margarina (dois anos mais tarde, a casa de campo sumiria de vez). Três comerciais de TV que retratam o dia a dia de uma "família comum" demonstram entender o ponto de vista do consumidor: "A vida não é perfeita", assumem, "mas pode ser uma ***Delícia***". A campanha é um sucesso, recebendo prêmios e firmando-se como uma das mais lembradas pelos consumidores. Como consequência de toda a nova estratégia de marketing, as vendas de ***Delícia Cremosa*** aumentam cerca de 12,5%.

- **Produto:** margarina ***Delícia Cremosa***
- **Slogan:** Mais que gostosa, é ***Delícia***
- **Veiculação:** comerciais de TV, spots de rádio e locais de degustação.

Margarina; P&D; Mercado; Comunicação & Marketing; Design;

Embalagem de margarina Delícia Cremosa. 1994. Fonte: Acervo Fundo Departamento de Comunicação e Relações Públicas Sanbra | Comercial de TV da margarina Delícia Cremosa. 1994. Fonte: Folha de S. Paulo – 1994 – p. 2.

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

1990

1994 / PROMOÇÃO *DELÍCIA CREMOSA* E LIQUIGÁS (RS).
Restrita ao Rio Grande do Sul, entre julho e agosto de 1994, a promoção ajudou a divulgar a nova ***Delícia Cremosa*** no estado. Na compra de um botijão de 13kg de Liquigás, o consumidor ganhava grátis um pote de 50g da margarina.
Margarina; Comunicação & Marketing;

Material promocional da margarina Delícia Cremosa. 1994. Fonte: Acervo Coleção Marketing Santista Alimentos.

1994 / LANÇAMENTO DA MARGARINA *MANTY*. É o primeiro *blend* do Brasil, produto com sabor e frescor de manteiga e cremosidade e praticidade de margarina. "Com pura manteiga fresca", anunciava a embalagem da ***Manty***, que trazia a ilustração de uma vaca no pasto. Para transmitir a ideia de "união perfeita" entre manteiga e margarina, foram produzidos comerciais de TV que comparavam o produto ao "homem dos sonhos" da dona de casa: o rosto do marido sobreposto ao corpo do ator Victor Fasano. No entanto, testes com o público-alvo – um grupo de 110 mulheres de idades entre 20 e 45 anos e de classes de renda A, B e C – indicavam que os comerciais davam a impressão de se tratar de um produto dietético, que não engordaria (devido ao corpo do ator). A campanha não foi ao ar. Dois anos depois, ***Manty*** seria relançada, dessa vez como parte da linha de produtos ***Delícia***.
Margarina; Lançamento; P&D; Mercado; Design; Comunicação & Marketing;

Embalagem da margarina Manty. 1994. Fonte: Acervo Coleção Marketing Santista Alimentos.

1995 / LANÇAMENTO DA MARGARINA *DELÍCIA FORNO & FOGÃO*. A **Santista Alimentos** amplia a linha de produtos da marca ***Delícia*** com o lançamento de uma margarina específica para uso culinário. A embalagem, estampada pela foto de um bolo, traz quatro tabletes de 100g. Para promover o novo produto, foram produzidos e distribuídos quatro folhetos de Receitas Internacionais: cozinhas francesa, italiana, alemã e americana.
Margarina; Lançamento; P&D; Comunicação & Marketing; Design;

Embalagem e folhetos promocionais da margarina Delícia Forno & Fogão. 1995. Fonte: Acervo Coleção Marketing Santista Alimentos.

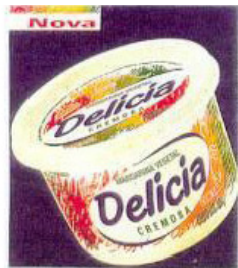
1996 / RELANÇAMENTO DA MARGARINA MANTY COMO *DELÍCIA MANTY*. Com nova fórmula e maior proporção de manteiga em sua composição, a antiga ***Manty*** se integra à linha ***Delícia*** de produtos. A nova embalagem faz parte de um redesign de toda a linha, que privilegia um colorido mais vibrante (ver próxima entrada). É eleita "Lançamento do Ano" pela Associação Paranaense de Supermercados, recebendo o troféu Carrinho de Ouro.
Margarina; Lançamento; P&D; Mercado; Design;

Embalagem da margarina Delícia Manty. 1996. Fonte: Jornal Mural 1996.

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

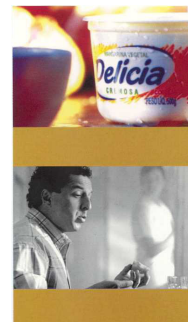
1990

1996 / NOVAS EMBALAGENS DA LINHA *DELÍCIA* E NOVA CAMPANHA PUBLICITÁRIA. As embalagens das margarinas ***Delícia Cremosa***, ***Light***, ***Forno & Fogão*** e ***Manty*** assumem colorido mais vibrante. A campanha publicitária anuncia "novo sabor" da ***Delícia Cremosa*** e garante ao consumidor que, mesmo de olhos vendados, é possível sentir a diferença em relação às outras: "Mais maluco que esta propaganda é quem não experimentar".

Margarina; Design; Comunicação & Marketing;

Embalagens da linha de margarinas Delícia. 1996. Fonte: Alimentos Processados vol. 16 - nº 9 - setembro 1997 - p. 36

1997 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA "PARA ENTENDER AS MULHERES". A comunicação da linha ***Delícia*** passa a ser mais enfaticamente voltada para o público feminino. É produzida uma série de sete comerciais: "Mulheres", "Gorda", "Ex-namorada", "Indecisa", "Cabelo", "Tomates" e "Elogios". Todos exploram o mesmo conceito: é difícil entender as mulheres, mas a **Santista Alimentos** vem se esforçando para fazer o que elas gostam.

- **Produtos:** margarinas ***Delícia Cremosa***, ***Light***, ***Forno & Fogão***, ***Manty***
- **Slogan: Santista Alimentos**. Fazendo de tudo para entender as mulheres
- **Veiculação:** anúncios de revista e comerciais de TV

Margarina; Comunicação & Marketing;

Comercial de TV das margarinas da linha Delícia. 1997. Fonte: Coleção Marketing Santista Alimentos.

1997 / AQUISIÇÃO DA CEVAL PELO GRUPO BUNGE. Em novembro, o **grupo Bunge** adquire a **Ceval***, então a maior esmagadora e processadora de soja do Brasil, do grupo Hering. A união das empresas **Santista Alimentos** e **Ceval** seria consolidada oficialmente três anos mais tarde.

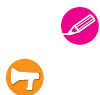
Mercado;

1998 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA "MULHERES ESPECIAIS". Mantendo o foco no público feminino, a **Santista Alimentos** produz nova campanha da margarina ***Delícia Cremosa*** com sete personalidades de destaque como garotas-propaganda: as atrizes Carolina Ferraz e Luana Piovani, a dançarina Carla Perez, a apresentadora de TV Ofélia Anunciato, a jornalista Leda Nagle, a jogadora de basquete Paula e uma das fundadoras da escola de samba Mangueira, Dona Neuma. Todas mulheres especiais "como você", era o conceito explorado. O sucesso da campanha pode ser medido pela interação das consumidoras com a marca, por meio do serviço 0800 divulgado pelos comerciais: foram recebidas 430 mil telefonemas com sugestões e opiniões sobre o produto.

- **Produto:** margarina ***Delícia Cremosa***
- **Slogan: *Delícia***. Feita para uma das mulheres mais especiais deste país: você
- **Garotas-propaganda:** Carolina Ferraz, Luana Piovani, Carla Perez, Ofélia Anunciato, Leda Nagle, Paula, Dona Neuma
- **Veiculação:** comerciais de TV

Margarina; Comunicação & Marketing;

Comercial de TV da margarina Delícia Cremosa. 1998. Fonte: Em Foco - ano I - nº 1 - agosto 1998 - p. 4.

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

1999 / NOVAS EMBALAGENS E PROMOÇÃO QUE *DELÍCIA* DE DÚVIDA. O colorido vibrante, inaugurado em 1996 nas embalagens de ***Delícia Cremosa***, ***Light*** e ***Forno & Fogão***, é substituído por um design mais suave. Reduz-se a paleta de cores para privilegiar o branco, associado à limpeza e à higiene. Para marcar o lançamento, a atriz Patrícia Pillar anuncia uma nova promoção, que oferece à consumidora (o público-alvo ainda é a mulher) a possibilidade de escolher entre quatro prêmios – daí o slogan utilizado.

- **Produtos:** margarinas ***Delícia Cremosa***, ***Light*** e ***Forno & Fogão***
- **Slogan:** Que ***Delícia*** de dúvida
- **Garota-propaganda:** Patrícia Pillar
- **Prêmios:** 1 viagem a Nova York, ou 1 cozinha completa, ou 1 ano de supermercado grátis, ou 1 guarda-roupas completo
- **Veiculação:** comerciais de TV e anúncios nas revistas *Contigo* e *Caras*

Margarina; Design; Comunicação & Marketing;

Embalagens e anúncio das margarinas da linha Delícia. 1999. Fonte: Em Foco - ano I - nº 8 - agosto 1999 - p. 3

1999 / LANÇAMENTO DO REQUEIJÃO *DELÍCIA*. Santista Alimentos inaugura nova categoria de produtos na linha ***Delícia***, com o requeijão nas versões convencional e light.

Requeijão; Lançamento; P&D; Design;

Embalagens de requeijões Delícia. 1999. Fonte: Meio & Mensagem - 22/11/1999 - p. 23.

2000

2000 / NOVA LINHA *DELÍCIA* E PESQUISA DE MERCADO. Entre abril e maio, chegavam às prateleiras as novas margarinas ***Delícia Cremosa***, ***Light*** e ***Forno & Fogão***. A linha apresentava novas mudanças no visual das embalagens e nas logomarcas – alteradas havia apenas um ano – e nova formulação. Para comunicar as mudanças, foram produzidos uma campanha publicitária, com o *slogan* "Nova ***Delícia***, muito mais que uma margarina gostosa", um site na internet (www.margarinadelicia.com.br) e amplo material de ponto de venda: cartaz, cartazete, folheto para abordagem com degustação, porta-folheto adesivo, mídia TV, móbile, faixa de gôndola, *wobbler* e plástico de forração. As medidas foram bem-sucedidas, de acordo com pesquisa realizada com consumidoras de São Paulo (SP), Recife (PE) e Campina Grande (PB), pela Escala Pesquisa de Mercado Ltda.

Pesquisa:

- 90% das entrevistadas afirmaram que comprariam a nova Delícia;
- Nova ***Delícia*** empatou com a ***Qualy*** (líder do segmento) na preferência geral;
- ***Delícia*** era a margarina preferida pelas consumidoras do Nordeste;
- 85% das entrevistadas consideraram as embalagens da linha ***Delícia*** como as mais inovadoras;
- 84% afirmaram que as embalagens passavam a imagem de produto confiável, de qualidade;
- 83% afirmaram que dava vontade de experimentar o produto;
- 81% afirmaram que o produto chamava mais atenção nos pontos de venda.

Campanha:

- **Produtos:** margarinas ***Delícia Cremosa***, ***Light*** e ***Forno & Fogão***
- **Slogan:** Nova ***Delícia***, muito mais que uma margarina gostosa
- **Veiculação:** comerciais de TV, site e materiais de ponto de venda

Margarina; P&D; Mercado; Design; Comunicação & Marketing;

Embalagens de margarinas da linha Delícia e materiais promocionais de ponto de venda. 2000. Fonte: Coleção Marketing Santista Alimentos.

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

2000

2000 / SURGIMENTO DA BUNGE ALIMENTOS. No dia 13 de setembro, consolida-se oficialmente a união, iniciada três anos antes, entre **Santista Alimentos** e **Ceval**, que se tornam divisões de uma nova empresa, a **Bunge Alimentos***.

Mercado;

2001 / PROMOÇÃO MINHA CASA É UMA *DELÍCIA*. Iniciada em abril, a promoção sorteou quatro casas entre consumidores de todo o País. Participação no sorteio era mediante o envio das tampas, com os códigos de barra, de margarinas ***Delícia Cremosa***, ***Light*** ou ***Forno & Fogão***, ou via site na internet. Um canal 0800, para dúvidas e esclarecimentos, foi criado.

- **Produtos:** margarinas ***Delícia Cremosa***, ***Light*** e ***Forno & Fogão***
- **Slogan:** Minha casa é uma ***Delícia***
- **Prêmio:** 4 casas
- **Veiculação:** *merchandising* no programa Domingo Legal, do apresentador Gugu Liberato, no SBT, e comerciais de TV em demais emissoras

Margarina; Comunicação & Marketing; Design;

Material promocional das margarinas da linha Delícia. 2001. Fonte: Jornal Mural – abril 2001.

2001 / LIDERANÇA DE *DELÍCIA* EM PESQUISA *JORNAL DO COMMERCIO* (PE). Pela quarta vez consecutiva naquele ano, a pesquisa do *Jornal do Commercio*, do Recife (PE), apontava a margarina ***Delícia*** como preferida dos consumidores, sendo a mais lembrada.

Margarina; Mercado;

2002 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA "GOSTOSA COMO SEMPRE" E NOVAS EMBALAGENS. Em abril de 2002, o marketing dos produtos ***Delícia*** começa a explorar a história da marca (então com quatro décadas), relacionando longevidade com qualidade genuína. "Num mundo onde tudo muda o tempo todo, é bom poder contar com as coisas boas de sempre, aquelas coisas genuínas da vida, como a margarina ***Delícia***". Três comerciais para TV contam a história de vida de quatro gerações de mulheres, entre 20 e 80 anos. Site e embalagens são reformulados, novos materiais promocionais são produzidos e pontos de degustação são instalados em mais de 500 pontos de venda.

- **Produtos:** margarinas ***Delícia Cremosa***, ***Light*** e ***Forno & Fogão***.
- **Slogan:** ***Delícia*** gostosa como sempre
- **Veiculação:** comerciais de TV, novo site, materiais de ponto de venda e pontos de degustação

Margarina; Comunicação & Marketing; Design;

Embalagem da margarina Delícia Forno & Fogão. 2002. Fonte: Centro Memória\Atendimento Pesquisa\Cadernos de Pesquisa\Delicia\Imagens_Delicia\2002 | Comercial de TV das margarinas da linha Delícia. 2002. Fonte: Em Foco – ano II – março 2002 – p. 1

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

2000

2003 / PATROCÍNIOS REDE GLOBO. Em janeiro, a margarina ***Delícia*** começa a patrocinar programas de grande audiência na emissora, como a minissérie "A Casa das Sete Mulheres", a novela "O Cravo e a Rosa" e os programas "Vídeo Show" e "Vale a Pena Ver de Novo".

- **Produto:** margarinas ***Delícia***

Margarina; Comunicação & Marketing;

2003 / LANÇAMENTO DA LINHA *DELÍCIA* SABORES E NOVAS EMBALAGENS. Nas versões ***Alho e Oliva***, as novas margarinas ***Delícia Sabores*** integravam-se à linha de produtos ***Delícia*** na mesma época em que todo o visual das embalagens era reformulado mais uma vez – a quarta em cinco anos. A logomarca ganha "raios de sol" saindo do "L" minúsculo da palavra "delícia", as tampas ganham personagens ilustrados (representando famílias e pessoas jovens), as cores de cada produto são trabalhadas para facilitar identificação nas gôndolas de supermercado.

Margarina; Lançamento; P&D; Design;

Embalagens das margarinas da linha Delícia. 2003. Fonte: Departamento de Marketing Bunge Brasil.

2004 / NOVAS VERSÕES DA LINHA *DELÍCIA SABORES*. Surgiam as versões ***Cebola tostada*** e ***Ervas finas***, exclusividades da marca ***Delícia*** no mercado: as únicas com "pedações" de cebola e de ervas.

Margarina; Lançamento; P&D;; Design;

Embalagens das margarinas Delícia Sabores Cebola Tostada e Ervas Finas. 2004. Fonte: Departamento de Marketing Bunge Brasil.

2004 / INTERAÇÃO COM CONSUMIDOR VIA INTERNET. No site da **Bunge Alimentos**, foi lançada a pesquisa "Além de ***Delícia***, o que também é uma delícia?", que incentivava consumidores a contarem histórias de vida.

Comunicação & Marketing;

Material promocional (online) para site Delícia. 2004. Fonte: www.delicia.com.br

2004 / LANÇAMENTO DA MAIONESE *DELÍCIA* E PROMOÇÃO QUE *DELÍCIA* DE RECEITA. Em abril, a **Bunge Alimentos** inaugurou nova categoria de produtos, com o lançamento das maioneses ***Delícia*** e ***Primor***. A maionese ***Delícia*** vinha em potes de 250g, de 500g e bisnagas e, em novembro e dezembro, motivou a promoção Que ***Delícia*** de Receita, envolvendo os programas de TV "Note e Anote" e "Sônia & Você", da Rede Record. As apresentadoras preparavam receitas com a nova maionese, além de pedirem que as espectadoras enviassem suas próprias receitas, para participar de um concurso.

- **Produto:** maionese ***Delícia***
- **Concurso:** receitas

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

- **Prêmios:** kits de produtos e presentes para as três melhores receitas
- **Veiculação:** merchandising nos programas "Note e Anote" e "Sônia & Você" (Rede Record)

Maionese; Lançamento; P&D; Comunicação & Marketing; Design;

Embalagens da maionese Delícia. 2004. Fonte: Col. Bun. Ali. Dg.I 145

2005 / CENTENÁRIO DA BUNGE NO BRASIL. A **Bunge**, que começou a atuar no Brasil em 1905, com uma participação minoritária na **Sociedade Anônima Moinho Santista**, inaugura selo comemorativo que passa a estampar as embalagens de seus produtos.

Mercado; Design;

2005 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA "O NOVO SABOR DA MAIONESE". Em março, a maionese ***Delícia*** é relançada com nova embalagem e novo sabor. Como se nota pelo slogan, sabor é conceito-chave da comunicação, que a **Bunge Alimentos** busca explorar para diferenciar o seu produto da concorrência. Ilustrações de pessoas jovens no rótulo são substituídas pela fotografia de um sanduíche. Para os comerciais de TV, são utilizados recursos tecnológicos licenciados pela Pixar, estúdio de animação digital responsável por filmes como Toy Story, Procurando Nemo e Monstros S.A. A tecnologia, até então inédita na publicidade brasileira, e um consórcio de três produtoras nacionais de animação, envolvendo mais de 80 profissionais, fazem surgir o personagem Monsieur Deli, mascote da nova maionese (e, mais tarde, também de outros produtos da linha ***Delícia***).

- **Produto:** maionese ***Delícia***
- **Slogan:** O novo sabor da maionese
- **Garoto-propaganda:** Monsieur Deli (personagem animado)
- **Veiculação:** comerciais de TV

Maionese; P&D; Comunicação & Marketing; Design;

Embalagem e comercial de TV da maionese Delícia. 2005. Fonte: Col.Bun.Ali. Dg.I.143 | Planeta Bunge – nº 29 – maio 2005 | Col. Bun. Ali. DgT.01

2005 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA "VOCÊ NUNCA PROVOU TANTO SABOR", NOVAS EMBALAGENS E NOVOS SABORES. Numa extensão da campanha produzida para a maionese ***Delícia***, toda a linha de margarinas passa a adotar o mascote Monsieur Deli, que interage com a atriz Cléo Pires, e ter no sabor seu atributo-chave. As novas embalagens substituem os personagens ilustrados, criados em 2003, por fotografias de alimentos. A linha ganha os novos sabores ***Maçã e Canela***, ***Provolone*** e ***Mila*** (lançada em 1973 pela **Sanbra**, foi a primeira margarina de milho do País e passou a fazer parte da linha ***Delícia*** em 2005). Surge também uma nova

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

margarina para uso culinário (como a ***Forno & Fogão***) sabor ***Oliva***, disponível em embalagens com 4 tabletes de 100g. Além disso, todas as margarinas passam a trazer a indicação de 0% de gorduras trans. Numa campanha publicitária que envolve comercias de TV, anúncios em revista e jingle em rádio, destaca-se um *outdoor* inédito no Brasil com aroma e imagem tridimensional em movimento: o Monsieur Deli passando margarina no pão. A campanha recebe o prêmio Destaque no Marketing da Associação Brasileira de Marketing e Negócios (ABMN).

- **Produtos:** toda a linha de margarinas ***Delícia***
- **Slogan:** Você nunca provou tanto sabor
- **Garotos-propaganda:** Cléo Pires e Monsieur Deli (personagem animado)
- **Veiculação:** anúncios nas revistas *Veja*, *Caras* e *Saúde*, comerciais de TV nas emissoras Globo, SBT, Record, Bandeirantes e Rede 21, jingle em rádio e mídia exterior (primeiro outdoor com aroma e movimento do País é inaugurado durante a Oktoberfest de Blumenau, SC).

Margarina; Lançamento; P&D; Comunicação & Marketing; Design;

Material promocional de ponto de venda e comercial de TV das margarinas da linha Delícia. 2005. Fonte: Col.Bun.Ali. Dg.T.01e Cx.94 P.06 T03 | Material de divulgação sobre outdoor aromatizado. 2005. Fonte: Col. Com. Bun. Dg. T.70.

2006 / LANÇAMENTO DO AZEITE *DELÍCIA*. Em fevereiro, a **Bunge Alimentos** inaugura nova categoria de produtos na linha ***Delícia***. O novo azeite ***Delícia*** é comercializado em latas de 200ml e 500ml, na versão convencional, e em garrafas de vidro e latas de 500ml, na versão extra virgem. A campanha de marketing explora a origem do novo azeite, que é produzido na Espanha. "Espanhol por origem. No Brasil por ***Delícia***." Em dezembro daquele ano, o azeite receberia o prêmio Destaque no Marketing, categoria Produtos, da Associação Brasileira de Marketing e Negócios (ABMN).

Azeite; Lançamento; P&D; Comunicação & Marketing; Design; Mercado;

Embalagens do azeite Delícia. 2006. Fonte: Centro Memória\Imagens CMB\AA - Produtos Bunge\Embalagens Alimentos\AA_Consumo\Linha Delicia\Delicia Azeite\Mockups

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

2000

2006 / LANÇAMENTO DE NOVOS SABORES DE MARGARINA E DA *DELÍCIA* MANTEIGA. Surgem duas novas adições à linha de margarinas saborizadas: Peito de Peru e Brigadeiro e um novo *blend* (como era a ***Manty***), com 50% de manteiga e 50% de margarina em sua fórmula: a ***Delícia Manteiga***.

Margarina; Lançamento; P&D; Design;

Embalagens de margarinas da linha Delícia Sabores. 2006. Fonte: Centro Memoria\Imagens CMB\AA - Produtos Bunge\Embalagens Alimentos\AA_Consumo\Linha Delicia\25.09.06

2006 / NOVAS EMBALAGENS DAS MARGARINAS *DELÍCIA CREMOSA*, *LIGHT* E *MILA*. Em substituição às fotos de alimentos, colocadas no ano anterior, as embalagens trazem agora mulheres felizes de aspecto saudável.

Margarina; Design;

Embalagens das margarinas da linha Delícia. 2006. Fonte: Centro Memoria\Imagens CMB\AA - Produtos Bunge\Embalagens Alimentos\AA_Consumo\Linha Delicia\25.09.06

2007 / PROMOÇÃO CARRO NOVO É UMA *DELÍCIA*. No início do ano, a **Bunge Alimentos** sorteia 10 carros Ford Ka, numa promoção que, em três meses, contabilizou 172 mil cartas. Para participar, era preciso enviar dois códigos de barra de quaisquer produtos das marcas ***Delícia***, ***Salada***, ***Andorinha***, ***Soya***, ***Cyclus*** e ***Primor***.

- **Produtos:** todos das marcas ***Delícia***, ***Salada***, ***Andorinha***, ***Soya***, ***Cyclus*** e ***Primor***
- **Slogan:** Carro novo é uma ***Delícia***
- **Prêmios:** 10 carros Ford Ka

Comunicação & Marketing;

2007 / PROMOÇÃO CASA NOVA COM SEU ÍDOLO É UMA *DELÍCIA* (I). Devido ao sucesso da promoção anterior, a **Bunge Alimentos** sorteia uma casa no valor de R$ 150 mil e um carro. Além disso, o ganhador da casa poderia inaugurá-la com uma festa para 50 convidados e a participação de um dos três garotos-propaganda contratados para divulgar a promoção: os atores Luigi Baricelli, Humberto Martins e Marcos Pasquim. Outros prêmios de menor valor também são sorteados. Para participar, era preciso enviar um código de barra de qualquer produto da marca ***Delícia*** e outro de qualquer produto das marcas ***Delícia***, ***Salada***, ***Andorinha***, ***Soya***, ***Cyclus*** e ***Primor***. A promoção teria uma segunda edição em 2009.

- **Produtos:** todos das marcas ***Delícia***, ***Salada***, ***Andorinha***, ***Soya***, ***Cyclus*** e ***Primor***
- **Slogan:** Casa nova com seu ídolo é uma ***Delícia***
- **Garotos-propaganda:** Luigi Baricelli, Humberto Martins e Marcos Pasquim

- **Prêmios:** 1 casa (R$ 150 mil), 1 carro, 1 festa de inauguração para 50 convidados com participação do ídolo, 10 televisores de plasma, 1.000 máquinas de pão
- **Veiculação:** comerciais de TV e cartazes em pontos de venda

Comunicação & Marketing;

Anúncio de promoção de diversos produtos Bunge Alimentos. 2007. Fonte: Planeta Bunge – março 2007 – nº 51 – p. 6 e 7.

2007 / LANÇAMENTO DE NOVO SABOR DE MARGARINA E NOVAS EMBALAGENS. Em agosto, surge a margarina com sabor de tomate com manjericão. O lançamento é marcado por uma mudança geral em todas as embalagens da marca ***Delícia***. A linha de saborizadas passa a associar cada sabor a um momento do dia, mudando seus nomes para: ***Delícia Happy Hour*** (Tomate com Manjericão), ***Delícia Lanche*** (Peito de Peru), ***Delícia Aperitivo*** (Alho) e ***Delícia Recreio*** (Chocolate ao Leite, uma modificação na antiga fórmula Brigadeiro). Os demais produtos da linha ***Delícia*** também passam por mudanças (como cores mais vivas e novas fotos de modelos nas embalagens das margarinas) e a ***Delícia Manteiga*** passa a se chamar ***Delícia com Manteiga***. Para anunciar as mudanças, uma campanha envolvendo TV, rádio e revistas inicia em setembro. Na cidade de São Paulo, é realizada uma ação promocional "comprou, ganhou" em mais de 100 pontos de venda: na compra de dois potes de 500g de Delícia, o consumidor leva grátis um porta-retrato.

- **Produtos:** todos da linha ***Delícia***
- **Slogan:** É mais que bom. É ***Delícia***
- **Veiculação:** anúncios em revista, spots de rádio, novo site. Em São Paulo (SP), comerciais de TV e ações promocionais em pontos de venda.

Margarina; Lançamento; P&D; Design; Comunicação & Marketing;

Embalagens das margarinas da linha Delícia. 2007. Fonte: Centro Memória\Imagens CMB\AA - Produtos Bunge\Embalagens Alimentos\Relançamento marcas 2007\Mockups Digitais - jpg HIGH\margarinas

2000

2008 / LANÇAMENTO DA *DELÍCIA SUPREME*. Lançado em agosto, o novo produto – "com um toque de leite" – é aposta da **Bunge Alimentos** para "melhor margarina do mercado". Após vencer testes cegos com produtos concorrentes, em todos os aspectos avaliados (como sabor, cremosidade e performance culinária), a margarina é lançada com uma campanha focada na experimentação.

Margarina; Lançamento; P&D; Design; Comunicação & Marketing; Mercado;

Embalagem de margarina Delícia Supreme. 2008. Fonte: Centro Memoria\ Imagens CMB\AA - Produtos Bunge\Embalagens Alimentos\ AA_Consumo\ Linha Delicia\Supreme

2008 / PROMOÇÃO SABOR PREMIADO *DELÍCIA*. De 1º de outubro a 31 de dezembro, a promoção sorteou 1 casa e 14 carros. Para participar, era preciso enviar dois códigos de barra de margarina ***Delícia*** e responder à pergunta: "Qual é a margarina que deixa tudo mais que bom?" Foram premiados com carros: 3 participantes de Minas Gerais, 1 de Pernambuco, 2 de Sergipe, 1 do Paraná, 2 do Distrito Federal, 4 de São Paulo, 1 de Goiás. O vencedor da casa, Sr. Cláudio José Lopes Almeida, era de São Bernardo do Campo (SP).

- **Produtos:** margarinas ***Delícia***
- **Slogan:** Promoção Sabor Premiado
- **Prêmios:** 1 casa e 14 carros

Margarina; Comunicação & Marketing;

2008 / *DELÍCIA* BEM COLOCADA EM PESQUISA DE MERCADO. Em pesquisa conduzida pela Instituto Research International, a marca ***Delícia*** é lembrada por 94% dos entrevistados. Outras marcas da Bunge Alimentos também atingem bons índices, como ***Primor*** (91%), ***Soya*** (91%), ***Salada*** (65%) e ***Cyclus***, que, criada havia apenas quatro anos e tendo esforços de comunicação concentrados apenas no Sul do País, já atingia 20% de lembrança. Foram entrevistadas 1.500 pessoas, em São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (MG), Salvador (BA), Recife (PE), Fortaleza (CE), Porto Alegre (RS) e Curitiba (PR).

Mercado;

2000

2009 / CINQUENTENÁRIO DA MARCA *DELÍCIA*. A data, que coincide com os 80 anos da marca ***Salada***, também da **Bunge Alimentos**, é celebrada por um selo comemorativo nas embalagens das margarinas, linha do tempo no site e evento no Recife com a participação dos 100 maiores distribuidores e atacadistas do Brasil, em agosto.

Mercado; Design;

6 • FOCO NO CLIENTE

Qualidade que ultrapassa gerações

Tradição aliada à inovação. Essa é a receita de uma trajetória de sucesso. E é assim, com muita criatividade e pioneirismo, que as marcas Delícia e Salada escrevem sua história. Em 2009, mais um momento especial nestas trajetórias: Delícia completa 50 anos e Salada chega aos 80 anos. Para comemorar, as duas marcas iniciam ações especiais. Confira algumas!

Meio século de história

As margarinas Delícia com sal, Delícia Milla, Delícia Supreme e Delícia Light (todas 500g) terão um selo alusivo aos 50 anos. O selo trará um coração, simbolizando que a marca está há meio século no coração dos brasileiros. E ainda, no site de Delícia, haverá uma linha do tempo com os principais momentos dos 50 anos da marca, acompanhados de vídeos e comerciais históricos.

Delícia 50 anos

É mais que bom. É Delícia.

Com o intuito de deixar a vida mais gostosa, a linha de margarinas Delícia é composta pelos produtos Delícia Extra Cremosa, Delícia Supreme, Delícia Light, Delícia Milla e Azeite de Oliva.

Passe bem: passe Delícia no pão.

Imagem de campanha da Delícia de 1979

Na memória

Desde o seu lançamento, em 1959, a margarina Delícia sempre teve a inovação como uma das suas principais características, apresentando embalagens e formulações diferenciadas (textura, cor, aroma e quantidade de sal) e adaptadas às preferências regionais do Brasil.

No início, um dos grandes desafios era garantir que o produto resistisse ao clima brasileiro. Mais uma vez, o pioneirismo e a inovação fizeram parte da história da Delícia, que passou a ser transportada em veículos refrigerados.

A marca também foi pioneira ao oferecer para o consumidor, durante edição limitada, a linha Delícia Sabores: Alho, Oliva, Cebola Tostada, Ervas Finas, Maçã e Canela, Provolone, Peito de Peru, Delícia Brigadeiro e Tomate com Manjericão.

Em 2008, a Bunge inovou ao desenvolver a "melhor margarina do mercado": Delícia Supreme. Após meses de pesquisa, foi desenvolvida uma margarina extra-saborosa, superior às margarinas tradicionais.

Comemoração

Como parte das comemorações, o aniversário das marcas Salada e Delícia foi celebrado durante evento realizado em agosto, em Recife, com os 100 maiores distribuidores e atacadistas do Brasil. Estes clientes da área de Consumo puderam relembrar um pouco mais da trajetória das duas marcas e seus produtos.

Página comemorativa dos 50 anos de Delícia. 2009.
Fonte: Planeta Bunge – setembro 2009 – nº 81 – p. 6

2009 / PROMOÇÃO + SABOR NA SUA COZINHA. No primeiro trimestre de 2009, a **Bunge Alimentos** firma parceria com a Tramontina para realizar essa promoção. Na compra de três embalagens de 500g de margarina ***Delícia***, mais R$ 7,99, o consumidor ganhava grátis uma frigideira (foram criados quatro modelos exclusivos para a promoção). Para retirar o brinde, era preciso apresentar o cupom fiscal às promotoras nas lojas participantes. A promoção ocorreu nas seguintes praças: São Paulo (SP), Campinas (SP), Ribeirão Preto (SP), Bauru (SP), São José dos Campos (SP), Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (MG), Brasília (DF), Goiânia (GO), Recife (PE), Salvador (BA), Fortaleza (CE), Curitiba (PR), Florianópolis (SC) e Porto Alegre (RS)

- **Produtos:** margarinas ***Delícia***
- **Slogan:** ***Delícia*** + sabor na sua cozinha
- **Prêmios:** frigideiras exclusivas Tramontina

Margarina; Comunicação & Marketing;

Frigideiras exclusivas de promoção das margarinas da linha Delícia. 2009. Fonte: revista Planeta Bunge – fevereiro 2009 – nº 74 – p. 15

2009 / PROMOÇÃO CASA NOVA COM SEU ÍDOLO É UMA *DELÍCIA* (II). Entre abril e julho de 2009, com mecânica semelhante à da primeira edição, realizada em 2007, a promoção sorteia 2 casas e centenas de *juicers* (aparelhos para preparo de sucos). Novamente, os vencedores podem escolher um dos três garotos-propaganda – o ator Luigi Baricelli, presente na primeira edição, o ator Henri Castelli e o cantor Daniel – como convidado de honra da festa de inauguração de suas casas, também como parte do prêmio. Participam da promoção os produtos das marcas ***Delícia***, ***Andorinha***, ***Soya***, ***Cyclus***, ***Primor*** e, substituindo a marca ***Salada*** (presente na primeira edição), a marca ***Cocinero***.

- **Produtos:** todos das marcas ***Delícia***, ***Andorinha***, ***Soya***, ***Cyclus***, ***Primor*** e ***Cocinero***
- **Slogan:** Casa nova com seu ídolo é uma ***Delícia***
- **Garotos-propaganda:** Daniel (cantor), Henri Castelli, Luigi Baricelli
- **Prêmios:** 2 casas, 2 festas de inauguração com participação do ídolo, centenas de juicers

Comunicação & Marketing;

Logomarca de promoção de diversos produtos da Bunge Alimentos. 2009. Fonte: revista Planeta Bunge – maio 2009 – nº 77 – p. 17.

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

2009 / MERCHANDISING *DELÍCIA SUPREME* EM “A FAZENDA”. A margarina é utilizada pelos participantes das duas primeiras edições do *reality show* da Rede Record (maio a agosto de 2009 e novembro de 2009 a fevereiro de 2010).

- **Produto:** margarina ***Delícia Supreme***

Margarina; Comunicação & Design;

ANOTE

Delícia Supreme na fazenda

A margarina **Delícia Supreme** tem marcado presença no reality show **A Fazenda**, exibido pela Record.

Desde novembro, o produto torna o café dos participantes ainda mais gostoso e, além disso, estará presente em provas especificas durante o programa que vai até o mês de fevereiro.

A marca **Delícia** foi destaque também na primeira edição do programa, exibido em 2009.

Confira as datas e reúna sua família e amigos para conferir a participação da **Delícia Supreme** no reality show que tem conquistado milhões de espectadores em todo o Brasil!

2, 4, 7 e 9 de fevereiro - às 21h30, na Rede Record.

Delícia Supreme

A Fazenda
O reality show reúne 14 artistas em uma fazenda, situada em Itu, interior de São Paulo. Os participantes precisam realizar diversas atividades e mostrar desenvoltura com o campo. A cada semana um deles é eliminado. Quem resistir até a final leva o prêmio de R$ 1 milhão.

Página informativo sobre merchandising da margarina Delícia Supreme. 2009.
Fonte: Jornal Mural – 1º fevereiro 2010 – nº 120 – p. 6

2010

2010 / CONSTITUIÇÃO DA BUNGE BRASIL. A partir desta data, **Bunge Alimentos** e **Bunge Fertilizantes** deixam de existir como empresas independentes, ficando suas operações concentradas sob a marca **Bunge Brasil**.

Mercado;

2010 / TESTE CEGO *DELÍCIA SUPREME* COM COLABORADORES BUNGE. No dia 5 de maio de 2010, cerca de 1.285 colaboradores das unidades Suape (PE), Gaspar (SC), Cenesp (SP), Jaguaré (SP) e Usina Moema (SP) participaram de teste cego de degustação da margarina ***Delícia Supreme*** e de outras duas marcas. ***Delícia Supreme*** foi a preferida de 43% dos colaboradores, enquanto a segunda e a terceira colocadas ficaram com a preferência de 37% e 20%, respectivamente. Os colaboradores também foram apresentados à nova campanha publicitária da ***Delícia Supreme***, que seria lançada naquele mesmo mês (*ver próxima entrada*).

Margarina; Mercado;

ORGULHO DE SER

Teste Cego Delícia Supreme

Qual é a sua margarina preferida?

Cerca de 1.285 colaboradores das Unidades Suape (PE), Gaspar (SC), Jaguaré (SP), Cenesp (SP) e Usina Moema (SP), que participaram de um teste cego no dia 5 de maio, responderam a essa pergunta.

Sem saber as embalagens, os colaboradores degustaram três marcas de margarinas, e em seguida preencheram um cupom com a resposta sobre qual a mais saborosa.

A margarina Delícia Supreme foi a preferida com 43% dos votos.

Pesquisas

Sempre preocupada em oferecer produtos de excelência, a Bunge encomendou uma série de pesquisas, além de testes sensoriais com consumidores, que avaliam sabor, cor, textura, entre outras propriedades. Em todos os testes, Delícia Supreme obteve excelentes avaliações.

O resultado foi um produto de sabor e cremosidade elevados e de uma ótima performance culinária, que pode ser utilizada na preparação de pratos e receitas especiais.

Página informativa sobre teste cego com margarina Delícia Supreme. 2010.
Fonte: Jornal Mural – 10 maio 2010 – nº 134 – p. 4

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

2010

2010 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA "NADA É MAIS GOSTOSO" (*DELÍCIA SUPREME*). Com foco no público feminino e explorando o conceito de "melhor margarina do mercado", a campanha da ***Delícia Supreme*** traz dois comerciais para a TV (em duas fases: maio e julho) com os atores Márcio Garcia, Reinaldo Gianecchini e Vladimir Brichta. Em ambos os filmes, os galãs são rejeitados por uma mulher de olhos vendados, que escolhe ficar com um homem vestido de croissant com a ***Delícia Supreme*** (em referência aos testes cegos nos quais a margarina foi vencedora). Os comerciais foram exibidos no Estado de São Paulo e nas cidades de Brasília (DF), Goiânia (GO), Campo Grande (MS), Recife (PE), Salvador (BA), Fortaleza (CE), Curitiba (PR), Blumenau (SC), Florianópolis (SC) e Porto Alegre (RS).

- **Produtos:** margarina ***Delícia Supreme***
- **Slogan:** Nada é mais gostoso
- **Garotos-propaganda:** Márcio Garcia, Reinaldo Gianecchini, Vladimir Brichta
- **Prêmios:** 1 casa (R$ 150 mil), 1 carro, 1 festa de inauguração para 50 convidados com participação do ídolo, 10 televisores de plasma, 1.000 máquinas de pão.
- **Veiculação:** comerciais de TV (Globo, Record, SBT, GNT, Warner, TNT) e materiais de ponto de venda

Margarina; Comunicação & Marketing; Mercado;

Comerciais de TV da margarina Delícia Supreme. 2010. Fonte: Departamento de Marketing Bunge Brasil.

2010 / PRÊMIO BRASILEIRO DE EMBALAGEM PARA *DELÍCIA SUPREME*. Pelo lançamento de uma embalagem promocional, que conseguiu diferenciar a marca ***Delícia Supreme*** no ponto de venda, a **Bunge Brasil** ganhou o Troféu Roberto Hiraishi, no 20º Prêmio Brasileiro de Embalagem Embanews. A embalagem especial fazia parte de uma promoção de vendas: vinha grátis na compra de um box com duas margarinas da marca.

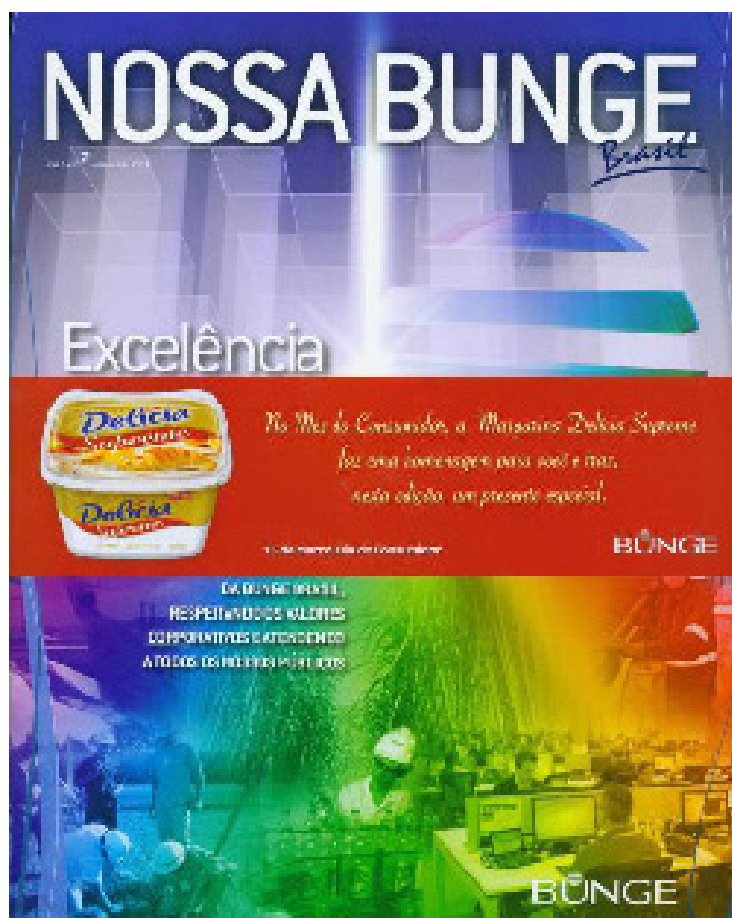
Margarina; Comunicação & Marketing; Design;

Embalagem promocional da margarina Delícia Supreme. 2010. Fonte: revista Nossa Bunge Brasil – ano 1 – nº 6 - fevereiro 2011

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

2010

2011 / HOMENAGEM AOS COLABORADORES BUNGE BRASIL. No Dia do Consumidor (15 de março), os colaboradores da **Bunge** recebem um brinde encartado na revista Nossa Bunge Brasil: um íma de geladeira da margarina ***Delícia Supreme***.

Margarina; Comunicação & Marketing;

Íma de geladeira "Lista de Compras", brinde promocional da margarina Delícia Supreme aos colaboradores Bunge. 2011. Fonte: revista Nossa Bunge Brasil - ano 1 - nº 7 - março 2011.

2010

2011 / PATROCÍNIO DE MARCAS BUNGE AO PORTAL TEMPO DE MULHER. Lançado no dia 8 de agosto de 2011, o portal, idealizado pela jornalista Ana Paula Padrão, reúne notícias, entrevistas e artigos voltados para o público feminino – além de 20 receitas elaboradas com produtos das marcas ***Delícia***, ***Salada***, ***Soya*** e ***Primor***, todas da **Bunge**.

Comunicação & Marketing;

2012 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA "MOMENTO DELÍCIA". Em abril, uma nova campanha publicitária, voltada para o público feminino, associa as margarinas da linha ***Delícia*** a pequenos prazeres do cotidiano, que fazem a vida ser uma delícia. Três comerciais de TV exploram esse conceito com bom-humor: em "Face", uma mulher faz gozação com o perfil da ex do seu namorado no Facebook; em "Barbeiro", a esposa descobre que seu marido é ainda pior do que ela em estacionar o carro; em "Xaveco", uma jovem se faz de "tonta" para fugir de uma cantada barata. Além dos comerciais e de anúncios em jornais e revista, a campanha investe bastante na internet – com peças de marketing digital, conteúdo exclusivo no Facebook (assinado pela blogueira Júlia Petit) e estímulo à participação dos consumidores nas redes sociais ("qual o seu momento ***Delícia***?").

- **Produtos:** margarina ***Delícia***
- **Slogan:** A vida é uma ***Delícia***
- **Veiculação:** comerciais de TV, anúncios em mídia impressa, marketing digital e ações em redes sociais

Margarina; Comunicação & Marketing;

Anúncio da campanha "Momento Delícia", das margarinas da linha Delícia. 2012. Fonte: Departamento de Marketing Bunge Brasil.

2013 / LANÇAMENTO DA MARGARINA *DELÍCIA CANOLA*. Em maio, a **Bunge Brasil** lança a primeira margarina do mercado à base de óleo de canola. A comunicação do lançamento explora os atributos saudáveis do produto, que é anunciado como "fonte de ômega 3" e tendo reduzido teor calórico. Não é por acaso: segundo dados da ACNielsen, em 2012, 10% do mercado brasileiro de margarinas correspondia a produtos com foco em saudabilidade – um salto considerável em relação ao índice do período anterior (2,5%). No comercial de TV, que dá continuidade ao conceito do "momento ***Delícia***" (ver entrada anterior), a atriz e apresentadora Fernanda Lima passa por uma situação comum a quase todas as mulheres numa loja de roupas, a necessidade de provar uma calça maior – para a secreta alegria das vendedoras, que passam a se sentir melhor com seu corpo. A nova margarina chega em versões com e sem sal, em potes de 250g e 500g.

- **Produto:** margarina ***Delícia Canola***
- **Slogan:** A vida é uma ***Delícia***
- **Garota-propaganda:** Fernanda Lima
- **Veiculação:** comerciais de TV, anúncios em revista, spots de rádio, materiais de ponto de venda

Margarina; Lançamento; Design; P&D; Comunicação; Mercado;

Anúncio de lançamento da margarina Delícia Canola. 2013. Fonte: Departamento de marketing Bunge Brasil.

Créditos

Fontes
Acervo de Documentos Textuais
Atualidades Sanbra: edições de 1968 a 1994.
Informe Bunge Com Você: 2003 a 2008.
Jornal Em Foco: 2001.
Jornal Mural: Ago/2005 a 2011.
Notícias em jornais e revistas: 1992 a 2011.
Relatórios Anuais da Bunge: 1996 e 1997.
Relatórios Anuais da Diretoria da S.A. Moinho Santista: 1959 a 1992.
Relatórios Anuais da Santista Alimentos: 1994 a 1997.
Revista Planeta Bunge: 2003 a 2010.
Revista Nossa Bunge Brasil: 2010 a 2011.
Perfil Sanbra 70 anos – 1993 – p.24.

Acervo de Imagem e Som
Filmes Institucionais da Sanbra.
Filmes Institucionais da Santista Alimentos.
Filmes de Propagandas e Promoções da Margarina Delicia.

Acervo Iconográfico
Slides, Cromos e Fotografias.

Acervo Fundo Departamento Assessoria de Comunicação e Relações Públicas Sanbra

Acervo Coleção Marketing Santista e Bunge Alimentos